

UNIVERSITI SAINS MALAYSIA

Peperiksaan Semester Kedua  
Sidang Akademik 2000/2001

Februari/Mac 2001

**YBP 221 – PERANCANGAN DAN PENILAIAN KEMPEN  
KOMUNIKASI**

Masa 2 jam

Sila pastikan bahawa kertas peperiksaan ini mengandungi **DUA** muka surat yang bercetak sebelum anda memulakan peperiksaan ini

Jawab **DUA** soalan

Sumbangan markah bagi tiap-tiap soalan ialah 100 markah

- 1 (K)egiatan pemasaran sosial (atau kempen informasi awam) menggunakan mekanisme kawalan sosial Untuk mencapai objektif perubahan sosial di mana objektif ini adalah dianggap sebagai baik bagi kepentingan individu atau sistem yang sedang berubah (K)egiatan-kegiatan pemasaran sosial semestinya mengkompromi nilai dan kepentingan tertentu khususnya kebebasan individu, untuk mempromosikan nilai kepentingan yang dianggap penting oleh organisasi yang menganjurkan kegiatan tersebut " (Charles T Salmon, 1989 20)

Bincangkan kenyataan yang tersebut di atas dengan memberi hujah-hujah yang dapat menyangkal/membidas pandangan Salmon dan, seterusnya, menghuraikan kepentingan dan kegunaan kempen-kempen awam. Seberapa boleh, sandarkan jawapan anda kepada bahan-bahan bacaan yang telah dibaca dalam kursus ini

- 2 Berasaskan kepada bacaan tentang persampelan, khususnya bacaan Syed Arabi (1992) dan Fawler (1992), bincangkan isu-isu utama di dalam prosedur persampelan di dalam penyelidikan Tumpukan perbincangan anda kepada isu-isu (a) perwakilan yang tepat dalam populasi heterogenan, (b) generalisasi kajian untuk membuat kesimpulan, dan (c) ralat persampelan
- 3 Penyelidikan kualitatif dan kuantitatif masing-masing mempunyai kekuatan dan kelemahan Namun, untuk memahami masalah sosial dan untuk merancang suatu kegiatan pemasaran sosial atau kempen, kita memerlukan campuran/adunan kedua-dua kaedah penyelidikan ini untuk menjalankan satu usaha yang lebih sistematik dan tersusun

Bincangkan bagaimana kedua-dua penyelidikan kualitatif dan kuantitatif dapat membantu merancang dan membentuk satu Kempen Pengembangan Strategik (SEC) yang baik Anda boleh memulakan perbincangan dengan menyatakan mengapa pengumpulan baseline data adalah penting bagi perancangan dan pelaksanaan kempen